

Communiqué de presse

Barry Callebaut nomme Richard Crux à la tête du secteur d'activités Produits pour les consommateurs

Zurich/Suisse et Cologne/Allemagne, le 9 mai 2003 – Le Conseil d'administration de Barry Callebaut AG, leader sur le marché mondial des produits au cacao et au chocolat, a nommé Richard Crux comme nouveau membre de la direction, responsable du secteur d'activités Produits pour les consommateurs. Cette nomination entre en vigueur le 15 mai 2003. En outre, il est prévu de nommer Richard Crux comme président du directoire de la société allemande Stollwerck AG. Richard Crux succède à James Dudley Forman.

Richard Crux a occupé depuis 1996 des positions dirigeantes dans la planification stratégique, dans le marketing des postes allemandes et depuis février 2000 il était membre de la direction sectorielle « Courrier » de la Deutsche Post AG. Entre 1993 et 1995, il a été directeur du marketing Café et membre de la direction de Kraft Jacobs Suchard Allemagne. De 1990 à 1993, il a été consultant chez McKinsey & Company, s'occupant plus particulièrement des secteurs biens de consommation, commerce et logistique. La carrière de Richard Crux a commencé en 1986 chez Jacobs Suchard, où il est entré en tant que Brand Manager et Key Account Manager. Patrick De Maeseneire, CEO de Barry Callebaut, précise : „Richard Crux apporte une longue expérience dans le marketing et la planification stratégique dans le domaine des produits de consommation et d'autres secteurs. Nous avons actuellement un besoin accru de telles capacités afin de renforcer à moyen et long terme notre secteur d'activités Produits pour les consommateurs. James Forman a préparé et effectué l'acquisition de Stollwerck dans le cadre d'un mandat à durée limitée et il a aussi introduit les premières mesures d'intégration et de restructuration de l'entreprise. Son mandat est ainsi arrivé à son terme. Nous lui sommes fort redevables.“

Richard Crux (né en 1960) a étudié l'économie d'entreprise à la Westfälische Wilhelms-Universität Münster avec une spécialisation en marketing et en statistique. Ressortissant allemand, il est marié et père de trois enfants.

Contact pour de plus amples renseignements :

Médias :

Gaby Tschofen
Responsable Corporate Communications
Barry Callebaut AG, Zurich/Suisse
Tél. +41 1 388 61 60
Fax +41 1 388 61 53
gaby_tschofen@barry-callebaut.com

Investisseurs et analystes financiers :

Dieter A. Enkelmann
Chief Financial Officer
Barry Callebaut AG, Zurich/Suisse
Tél. +41 1 388 61 19
Fax +41 1 388 61 53
dieter_enkelmann@barry-callebaut.com

Barry Callebaut:

Avec un chiffre d'affaires annuel de 2.6 milliards de CHF au cours de l'exercice 2001/02, Barry Callebaut est le leader mondial des fabricants de produits de cacao et de chocolat de qualité supérieure. L'entreprise entretient quelque 34 sites de production dans 16 pays et occupe quelque 7'000 collaboratrices et collaborateurs. L'entreprise est subdivisée en quatre secteurs stratégiques : Cacao, approvisionnement et gestion des risques (Cacao, Sourcing & Risk Management), Chocolats pour les clients industriels (Food Manufacturers), Gourmet & Spécialités (Gourmet & Specialties) ainsi que les Produits pour les consommateurs (Consumer Products).

Barry Callebaut fournit ses produits de cacao et de chocolat à une clientèle comprenant des transformateurs professionnels, tels que les fabricants d'articles de marque mondialement connus, qui utilisent ses produits pour la fabrication de chocolat, de confiseries, de biscuits, de produits laitiers, de crèmes glacées et de céréales de petit-déjeuner, aussi bien que des transformateurs artisanaux, tels que les chocolatiers, confiseurs, boulangers, hôteliers et restaurateurs, mais aussi aux partenaires du commerce de détail pour lesquels le groupe Barry Callebaut fabrique des produits de marque, des marques commerciales et d'autres produits de consommation.

Au mois d'août 2002, Barry Callebaut a intégré dans son secteur d'activités Produits pour les consommateurs les affaires en Europe occidentale du chocolatier allemand Stollwerck AG qui correspondaient en 2001 à un chiffre d'affaires de quelque CHF 774 mio. (EUR 530 mio.). La force de Stollwerck réside dans une série de marques connues appartenant au segment moyen et Premium et dans les affaires avec des marques commerciales. Un tiers environ des affaires du secteur d'activités Produits pour les consommateurs se fait à l'extérieur de l'Allemagne. Ces affaires comprennent d'une part des produits de marques commerciales pour sept des dix plus grands groupes du commerce de détail alimentaire mondial et d'autre part des produits de marque, commercialisés sous les marques Jacques, Alprose et Van Houten.

www.barry-callebaut.com
www.stollwerck.de